

Analisis model bisnis Internet of Things (IoT) oleh operator seluler di Indonesia = Business model analysis of mobile cellular operator enabled Internet of Things (IoT) in Indonesia

Mega Shatila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490225&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Presentase pendapatan atas penyediaan layanan konektivitas oleh operator seluler masih memiliki kontribusi revenue yang kecil dari total revenue opportunity dalam Internet of Things (IoT) value chain. Sementara munculnya teknologi berbasis IoT pada umumnya menandai evolusi teknologi di sektor telekomunikasi yang memungkinkan gelombang baru layanan yang memberikan peningkatan value di berbagai sektor yang mendorong perekonomian. Untuk dapat mengambil peluang tersebut, operator perlu melakukan revitalisasi model bisnis sebagai upaya untuk bertahan dalam ekosistem IoT. Tulisan ini bertujuan untuk memperoleh kondisi eksisting model bisnis IoT oleh operator seluler dan mengetahui strategi inovasi model bisnis penyediaan IoT oleh operator seluler di Indonesia kedepan dengan mengadopsi metode berfikir soft system yang membandingkan kondisi eksisting dengan kondisi yang diharapkan kedepan untuk dapat mengambil langkah perbaikan menuju kondisi kedepan. Adapun model bisnis yang akan digunakan adalah dengan menggunakan model bisnis St. Gallen Magic Triangle sebagai tools untuk melakukan analisis komponen model bisnis dalam pengembangan bisnis IoT. Data diperoleh dari berbagai sumber literatur beserta hasil wawancara dari beberapa operator seluler di Indonesia atas implementasi IoT. Secara umum model bisnis IoT yang diimplementasikan oleh operator seluler telah mengarah kepada penyedia platform sebagai langkah awal untuk mengembangkan ekosistem IoT secara bertahap. Dalam menuju ke kondisi ideal untuk dapat menjadi penyedia end-to-end dibutuhkan strategi dalam komponen bisnis model yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlu adanya penguatan terhadap pengembangan platform yang saat ini telah dibangun dengan memperkuat pengembangan strategi untuk revenue model yang diinginkan sebagai upaya untuk menerapkan berbagai strategi monetisasi bisnis IoT serta upaya peningkatan value proposition yang ditawarkan kepada pelanggan. Rekomendasi yang dapat disampaikan adalah operator seluler secara berkala melakukan analisis investasi dari sisi internal ataupun eksternal dalam rangka meningkatkan kapabilitas perusahaan dalam mengakselerasi peran khususnya dalam bisnis penyediaan IoT serta analisa melakukan technology roadmap dan pengembangan platform dalam menuju terbentuknya ekosistem dengan penyelenggara telekomunikasi sebagai digital hub enabler.

<hr>

ABSTRACT

The percentage of revenue from the provision of connectivity services by cellular operators still has a small contribution to revenue from the total revenue opportunity in the Internet of Things (IoT) value chain. While the emergence of IoT-based technology in general marks the evolution of technology in the telecommunications sector which allows a new wave of services that provide increased value in various sectors that drive the economy. To be able to take this opportunity, operators need to revitalize the business model as an effort to survive in the IoT ecosystem. This paper aims to obtain the existing conditions of the IoT business model by cellular operators and find out the strategy of providing IoT business model

innovation by cellular operators in Indonesia in the future by adopting a soft system thinking method that compares existing conditions with expected conditions in the future to be able to take corrective steps towards future conditions . The business model that will be used is using the St. business model. Gallen Magic Triangle as a tool for analyzing business model components in IoT business development. Data is obtained from various literary sources along with interviews with several cellular operators in Indonesia for IoT implementation. In general, the IoT business model implemented by cellular operators has led to platform providers as a first step to developing the IoT ecosystem in stages. In heading to the ideal condition to be an end-to-end provider, a strategy is needed in the business components of the model used. The results of the study show that there is a need to strengthen the development of the platform that has now been developed by strengthening the development of the strategy for the desired revenue model in an effort to implement various IoT business monetization strategies and efforts to increase the value proposition offered to customers. Recommendations that can be conveyed are cellular operators that regularly carry out internal or external investment analysis in order to improve the company's capability to accelerate its special role in the IoT supply business and analyze technology roadmaps and platform development towards the establishment of ecosystems with telecommunications operators as digital hub enablers.